

عنوان مقاله:

رویکردی پویا برای تخصیص بودجه های ارتباط با مشتریان

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

حمیدرضا کوشا - دانشجوی دکترای مهندسی صنایع

امیر البدوی - دانشیار مهندسی صنایع

خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر توجه به مشتریان به عنوان سرمایه اصلی سازمان ها و منبع اصلی سود هر شرکت افزایش یافته است به همین منظور سازمان ها به دنبال یافتن نحوه تخصیص بهینه منابع و بودجه خود به فعالیتهای بازاریابی و ارتباط با مشتری هستند.

کلمات کلیدی:

حقوق صاحبان سهام از ارزش مشتری، تخصیص بودجه، جذب مشتری، نگهداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/93641>

